

عنوان مقاله:

اولویت بندی عوامل موثر بر انتخاب برند تلفن همراه از دیدگاه مشتریان با استفاده از تکنیک های آنتروپی شانون و Fuzzy VIKOR مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه های شهرهای تهران و مشهد

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

ایمان آراسته - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت دانشگاه شاهرود

سید محمد موسوی شاهرودی - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت دانشگاه شاهرود

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی عوامل موثر بر انتخاب برند گوشی تلفن همراه از دیدگاه مشتریان می پردازد جامعه آماری تحقیق عبارتند از دانشجویان دانشگاه شهر تهران و مشهد که در سال 1393 دارای گوشی تلفن همراه می باشند با توجه به اینکه تعداد استفاده کنندگان گوشی های مذکور که در واقع جامعه آماری این تحقیق می باشند مشخص نبود لذا از جدول مورگان برای تعیین حجم نمونه استفاده گردید که تعداد نمونه برابر 384 نفر بدست آمد نمونه گیری به روش تصادفی ساده به عمل آمد با استفاده از تکنیک آنتروپی شانون شاخصها بر حسب برندهای گوشی تلفن همراه وزن دهیو برای اولویت بندی از تکنیک ویکور فازی استفاده گردید نتایج تحقیق نشان داد که برای دانشجویان در اولویت بندی عوامل موثر بر انتخاب برند گوشی تلفن همراه از میان عوامل کلی: فردی، اجتماعی، فنی، اقتصادی و بنیادی، عوامل اقتصادی مهمترین عامل و با اهمیت ترین متغیر در آن قیمت است

کلمات کلیدی:

برند ، انتخاب برند ، تلفن همراه ، رفتار مصرف کننده ، آنتروپی شانون ، ویکور فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378853>

